

Investigación mediática estudiantil- Paper Series

Nº1-Volumen 1. Mayo 2021

Autores

Belen Cardenas-Arichabala

Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5554-9207>

Isaac Avila-Carranza

Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7054-751X>

Silvio Tenesaca

Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7220-852X>

Cómo citar

Cardenas-Arichabala, B., Avila-Carranza, I., y Tenesaca, S. (2021). Medios de comunicación en pandemia. *Investigación mediática estudiantil- Paper Series*, 1(1), pp. 10-16.

Medios de comunicación en pandemia

Resumen

En esta situación de pandemia por el virus COVID-19, o mejor llamado coronavirus, en la que el mundo se ha visto sometido desde el año pasado, la comunicación ha resultado ser muy importante para las personas (De-Santis y Jara Cobos, 2021). Tanto los medios tradicionales como digitales han jugado un papel fundamental para la comunicación de las masas, siendo la televisión, la radio y los periódicos digitales las principales fuentes de información dejando a los periódicos tradicionales en una situación económicamente complicada al ser este un producto que normalmente se consigue en las calles. En los primeros meses de confinamiento tuvieron un índice de ventas casi nulo lo que los obligó a emigrar a la digitalización que los hizo conseguir un gran incremento de los números de vistas, de esta forma podemos evidenciar la importancia que tienen los medios de comunicación en una sociedad mediatizada. Sin embargo, la democratización de la información y la facilidad que tienen todas las personas de compartir su opinión genera una saturación de la información dando lugar al surgimiento de las denominadas fake news o noticias falsas que solo sirven para confundir a la población pues definen el comportamiento de muchas personas siendo este un gran problema que los nuevos

periodistas, y como parte de esta sociedad, tienen que adaptarse a esta nueva realidad. Para contrarrestar la difusión de esa información errónea algunas redes sociales se han modificado como es el caso de Facebook, para que de esa manera vuelva a tener la confiabilidad que se vio afectada en los inicios de la pandemia y en la actualidad, pero en un menor grado.

Palabras clave: Comunicación, pandemia, medios tradicionales, medios digitales, redes sociales, noticias falsas.

A estas alturas, ya nadie puede ignorar que la pandemia no comprende únicamente una crisis sanitaria, sino es lo que las ciencias sociales califican como “hecho social total”, en el sentido de que agita el conjunto de las relaciones sociales, y conmociona a la totalidad de los actores, de las instituciones y de los valores (Ramonet, 2020). Esta situación de encierro es un caso excepcional que ha ocasionado la adaptación a nuevos modelos de vida, nuevos hábitos de consumo, y en particular, nuevas formas de consumo de los medios de comunicación, así como del entretenimiento, del ocio y de la cultura (Montaña Blasco, Ollé Castella y Lavilla Raso, 2020).

Siendo así la comunicación con el público, con los usuarios directos dentro del sistema sanitario, las escuelas y otros actores, fundamental durante una emergencia de salud pública para poder tener el control de cualquier crisis (Urbina-Medina, Noguera Brizuela, Levy Mizhary, Carrizo y Betancourt, 2016), manteniendo a las personas informadas debidamente para que no causar el caos de una sociedad desinformada e incomunicada.

1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1.1 Los medios de comunicación tradicionales

De acuerdo con Segura (2020) los medios de comunicación prestan un servicio público esencial debido a que son el principal vehículo para asegurar el ejercicio del derecho a la comunicación de todas las personas. Son fundamentales para la construcción del espacio público ya que promueven conversaciones y debates, permiten conocer otras realidades y educan a los ciudadanos, por lo que tienen una responsabilidad social muy importante que cumplir (Herrán Gómez, Sastre Merino y Torres-Toukourmidis, 2017), especialmente cuando se hablan de temas de salud.

Aquí tenemos el caso de un medio tradicional que ha tenido una gran trayectoria y fama en este contexto informativo: la televisión, que ha tenido un papel fundamental para distraer o entretener a los televidentes. En los primeros meses de la crisis sanitaria los números aumentaron significativamente en un 40%, siendo los adultos mayores de 64 años los consumidores principales, también se vio un incremento en la audiencia entre 13 y 24 años donde se consumían programas de formatos exclusivamente de entretenimiento y deporte (Besalú, 2020), los medios tradicionales ayudaron a la propagación de información sobre la salud pública siendo este el caso de España, Reino Unido y Francia donde preferían informarse a través del gobierno. En cambio, en Alemania e Italia consideraban más fiable la información de los boletines de noticias de la televisión (Túñez López, Vaz Álvarez y Fieiras Ceide, 2020).

1.2 Los medios de comunicación digitales

Los medios de comunicación digitales tuvieron que adaptarse y reinventarse desde las calles y desde la misma virtualidad para poder atender las necesidades informativas de cada individuo en el globo terráqueo, durante la pandemia la comunicación dejó de ser unidireccional, si no multidireccional, es decir que ya no se informaba solo por el Ministerio de salud, sino a través de blogs, foros o redes sociales convirtiéndose en un eje

fundamental para la comunicación. De esta manera los datos informativos debían ser tratados de una manera más minuciosa para no caer en las noticias falsas que rondan por las diferentes plataformas digitales, guiándose, entonces, en fuentes científicas, investigadores, especialistas y entidades e instituciones especializadas en salud (Cañizález, 2020; De-Santis, Morales-Morante y Foti, 2021). En otras palabras, “los medios digitales actúan más como un transmisor de desinformación en un entorno donde el conocimiento científico basado en hechos y evidencia no siempre son considerados por el público como la única verdad” (Catalán-Matamoras, 2020, p. 6).

Como una contramedida para esta mala información tomamos el ejemplo de la plataforma de Facebook, la cual ha creado el Centro de Información sobre el Coronavirus (Facebook, 2020) donde se publica información actualizada y verídica sobre el avance de la pandemia gracias a que cuenta con recursos de las principales organizaciones de salud. Además, esta misma app muestra en la parte superior de la cuenta de cada usuario una sección con información, noticias y recomendaciones relacionadas al coronavirus.

Gracias a la rigurosa búsqueda y al diseminar información veraz, los medios también reducen los rumores y la desinformación, lo que permite que pueda disminuir en el público tanto la ansiedad como los miedos ante una amenaza que nunca se ha visto (Cañizález, 2020).

La labor del periodista no solo se limitó a la búsqueda de información fidedigna sino también requirió toda una capacitación para su actuar en el campo. Los nuevos códigos de conducta social significaron una reformulación en el pensar y actuar de las personas, modificando actos tan sencillos como el salir a comer a un restaurante o incluso establecer una conversación. Y así como estos actos cotidianos tuvieron su metamorfosis, también los periodistas se vieron forzados a modificar la forma de ejercer su oficio (Nascimento, 2018).

REFERENCIAS

- Besalú, R. (2020). Pandemia y medios de comunicación convencionales. En A. Gutiérrez-Rubí y C. Pont-Sorribes (Coords.), *Comunicación política en tiempos de coronavirus*. (pp. 104-108). Barcelona: Cátedra Ideograma-UPF de Comunicación Política y Democracia.
- Cañizález, A. (2020). Tiempos de COVID-19. Reflexiones sobre ética, periodismo y libertad de expresión. *Temas de comunicación*, (40) 103-116.
- Catalán-Matamoras, D. (2020). La comunicación sobre la pandemia del COVID-19 en la era digital: manipulación informativa, fake news y redes sociales. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 5-8.
- De-Santis, A. y Jara Cobos, V. (2021). Entender y aprender para la vida. En A. De-Santis, L. Álvarez-Rodas, V. Jara-Cobos y A. Verdugo-Sanchez (cds.). *Pandemia desde la academia. Experiencias transdisciplinarias de la universidad cuencana en tiempos de COVID-19* (82-103). Quito: Abya-Yala.
- De-Santis, A., Morales-Morante, L.F., & Foti, S. (2021). Uso estratégico de la información y la comunicación para enfrentar a la pandemia. En F. Pesántez-Avilés, L. Álvarez-Rodas y A. Torres-Toukoumidis (cds.), *COVIDA-20. Una coalición educativa para enfrentar la pandemia* (79-92). Lima: Pearson.
- Facebook. (2020). Centro de Información sobre el Coronavirus (COVID-19). Facebook. Recuperado de https://www.facebook.com/coronavirus_info/
- Herrán Gómez, J., Sastre Merino, S., & Torres-Toukoumidis, Á. (2017). Radio mensaje para la gestión del sistema de riego en comunidades rurales indígenas de Ecuador. *Equidad y Desarrollo*, 1(28), 43-60.
- Montaña Blasco, M., Ollé Castellà, C., y Lavilla Raso, M. (2020). Impacto de la pandemia de Covid-19 en el consumo de medios en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 78, 155-167. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1472>
- Ramonet, I. (2020). La pandemia y el sistema-mundo. *Le Monde Diplomatique*, 25(04).
- Nascimento, B. G. (2018). Comunicación y Salud: La gestión de la crisis del ébola a través de las redes sociales. *Revista española de comunicación y salud*, 9 (2). 196-2002.
- Segura, M. S. (2020). Con alerta pero sin pánico. El rol de los medios durante la pandemia.
- Túñez-López, M., Vaz-Álvarez, M., & Fieiras-Ceide, C. (2020). Covid-19 and public service media: Impact of the pandemic on public television in Europe. *Profesional De La Información*, 29(5). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.18>
- Urbina-Medina, U., Noguera Brizuela, D., Levy Mizhary, J., Carrizo, J., & Betancourt, A. (2016). Comunicación efectiva y ética en casos de epidemias y pandemias. *Archivos Venezolanos de Puericultura y Pediatría*, 79(4), 113-117. Recuperado en 13 de mayo de 2021, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0004-06492016000400002&lng=es&tlng=es.